



**Memahami Persepsi Masyarakat Dalam Memberikan Respon Pada
Komunitas Hijabers
(Studi Kasus Persepsi Masyarakat Pada Anggota Komunitas Hijabers Semarang)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Risti Mei Indriyani

NIM : 14030112130063

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

ABSTRAK

Memahami Persepsi Masyarakat Dalam Memberikan Respon Pada Komunitas Hijabers

Persepsi mensyaratkan sebuah objek untuk dipersepsi. Setiap orang memiliki gambaran yang berbeda mengenai realitas di sekelilingnya. Komunitas Hijabers merupakan salah satu objek persepsi sosial yang dipersepsi beragam oleh masyarakat. Dalam praktek kegiatan komunitas tersebut, mereka melakukan banyak kegiatan positif berdasarkan ajaran agama, dan juga untuk mengajak perempuan Islam agar mau mengenakan hijab yang *fashionable*. Namun kegiatan komunitas tersebut tidak ditanggapi atau dipersepsi positif oleh masyarakat, ada beberapa masyarakat yang justru mempersepsi negatif pada komunitas tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana masyarakat mempersepsi perilaku anggota Komunitas Hijabers dalam kehidupan sehari-hari mereka, menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis fenomenologi. Adapun teori yang digunakan adalah teori interaksi simbolik yang merupakan sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia menciptakan dunia simbolik dan bagaimana membentuk perilaku, dan teori persepsi yang menjelaskan bagaimana manusia menangkap stimulus yang mempengaruhi alat indera.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa: Bentuk stimulus yang diterima oleh informan tergantung pada pemaknaan simbol informan, dimana simbol yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pesan yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa simbol yang paling menonjol pada Komunitas Hijabers yang ditangkap oleh masyarakat adalah pakaian. Stimulus yang diterima oleh para informan kemudian akan menciptakan sebuah persepsi pada Komunitas Hijabers. Persepsi masyarakat akan Komunitas Hijabers beragam, tergantung dari stimulus yang diterimanya, dan tergantung pada motif atau kebutuhannya terhadap stimulus tersebut. Hasil dari penelitian diketahui bahwa tidak semua informan memiliki persepsi negatif bahwa Komunitas Hijabers merupakan komunitas yang mementingkan *fashionable* saja, melainkan Komunitas Hijabers merupakan komunitas yang positif dilihat dari kegiatan mereka. Sedangkan persepsi negatif dimiliki oleh informan yang memiliki pengalaman negatif terhadap komunitas tersebut. Pengalaman negatifnya yaitu komentar negatif masyarakat dan melihat penampilan komunitas tersebut yang didapat dari stimulus yang diterima oleh informan berupa hal-hal yang membuat informan mempersepsi bahwa Komunitas Hijabers adalah komunitas yang mementingkan penampilannya saja ketimbang urusan agama.

Kata kunci: persepsi, komunitas hijabers, stimulus, pemaknaan.

ABSTRACT

Understanding Society Perception About Giving Respond Toward Hijabers Community

Perception requires an object to be perceived. Each person has different thought on the reality that surrounds them. Hijabers community is one of the social perception object which perceive variously by the society. In the community activity, they do many positive activities according the Islamic rules, and persuade Moslem women to wear fashionable hijab. But, those activities didn't get any good respond or well perceived by the society. Yet there is some people who has negative perception toward this community.

This research aims to describe how society perceive the Hijabers Community members' behaviour in their daily life using descriptive qualitative method with phenomenology analysis. The theories that used are the symbolic interaction theory which is a reference framework to understand how human create the symbolic world and how they create behaviour, and the perception theory which explains how human catch the stimulus that influence the human sense.

In this research, it is found that: The stimulus' shape that received by the informants depend on their interpretation of symbol – which is the message that interprets based on the mutual agreement. From the research result, it is found that the most stand out symbol in Hijabers Community which is understood by the society is the outfit. The stimulus which has been received by the informants then will create a perception towards Hijabers Community. Society's perception toward Hijabers Community is various, depends on the received stimulus and the motive or needs to these stimulus. The result from this research is that not all informants have negative perception which describes Hijabers Community as a community that concerns only on their fashionable clothes, but they tend to think Hijabers Community as a positive community seen from their activities. Meanwhile, negative perception is owned by the informant who has negative experience toward this community. The negative experience is in the form of society's negative comments and seeing the community appearance which is obtained from the received stimulus by the informant about the things that make the informant perceived Hijabers Community as a community which concerns about the appearance rather than religion matters.

Keyword: perception, hijabers community, stimulus, interpretation

I. PENDAHULUAN

Istilah hijabers saat ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas, khususnya oleh masyarakat Indonesia. Hijabers berasal dari kata ‘hijab’, yang berarti penutup kepala untuk menutup aurat bagi perempuan di Islam. Sedangkan orang yang mengenakan hijab sering disebut dengan hijabers. Hijab di dalam agama Islam merupakan suatu hal yang vital, khususnya bagi muslimah.

Penggunaan model hijab yang semakin modern, berbeda dengan model hijab dahulu, yang monoton dan tidak *stylish*, menjadi salah satu faktor yang menjadikan masyarakat mulai tertarik untuk mengenakan hijab, hal ini bisa dilihat dari semakin maraknya tren *fashion* muslim, mulai dari baju, hijab, dan bahkan aksesoris untuk hijab.

Makin maraknya perkembangan tren *fashion* muslim di Indonesia menjadi bukti semakin banyak wanita muslim yang mengenakan hijab. Istilah hijabers pertama kali dipopulerkan oleh Dian Pelangi, salah satu desainer muslimah di Indonesia. Menurut Dian, penggunaan kata hijabers itu sendiri agar lebih terlihat internasional karena di luar negeri jilbab disebut hijab. Namun sebenarnya dalam bahasa Arab, hijab berasal dari kata “*hajaban*” yang artinya menutupi. Pada beberapa negara berbahasa Arab serta negara-negara Barat, kata “hijab” lebih sering merujuk kepada kerudung yang digunakan oleh wanita muslim. Dalam keilmuan Islam, hijab lebih tepat merujuk kepada tata cara berpakaian yang pantas sesuai dengan tuntunan agama.

Dian Pelangi juga merupakan salah satu perempuan yang membentuk Komunitas Hijabers pertama di Indonesia (<http://wolipop.detik.com/read/asyiknya-belajar-mengaji-dan-pakai-hijab-bersama-hijabers-community> diakses pada 21/01/2016). Komunitas Hijabers merupakan sebuah wadah bagi para perempuan muslim untuk belajar mengenai agama. Kegiatannya beragam, yaitu kegiatan pengajian, saling berbagi, tutorial hijab, dan masih banyak lagi kegiatan positif lainnya. Komunitas Hijabers dalam praktek kegiatannya juga mengajak para perempuan muslim untuk tampil *fashionable* dengan hijab, komunitas tersebut memiliki harapan agar para muslimah bisa tampil modis dengan hijab dan berusaha untuk menyingkirkan persepsi lama yang mengatakan bahwa hijab menyebabkan penampilan yang kuno dan tidak *fashionable*.

Tren *fashion* dan adanya Komunitas Hijabers yang menjadi beberapa indikator perempuan muslim untuk mengenakan hijab ini ditanggapi secara variatif oleh masyarakat. Bentuk penerimaan tren hijab yang semakin variatif salah satunya terlihat dari makin banyaknya perempuan berhijab yang gemar memadupadankan hijab di kehidupan sehari-hari seperti di kampus. Selain itu, makin banyaknya kegiatan peragaan busana (*modeling*)

muslimah yang menunjukkan perempuan berhijab yang cantik dan *fashionable*. Meskipun tren hijab membawa perkembangan yang positif, namun tren hijab yang menyebabkan semakin banyaknya variasi penggunaan hijab tidak sedikit masyarakat yang memberikan komentar negatif. Adanya persepsi masyarakat tentang penggunaan hijab oleh para Hijabers hanya sebagai tren *fashion* saja, dan dalam penggunaan hijabnya yang dirasa kurang memperhatikan aspek hijab syar'i sesuai ketentuan agama banyak menjadikan pertentangan di masyarakat. Dalam Al-Quran, hijab yang syar'i ditunjukkan dengan indikator hijab yang menutup dada, tidak menampilkan lekuk tubuh, dan tidak transparan, maraknya tren hijab yang semakin variatif yang menciptakan model hijab yang jauh dari ketentuan syar'i (contohnya bentuk hijab turban yang tidak menutup dada), menimbulkan komentar negatif di lingkungan masyarakat. Komentar negatif tersebut menunjukkan bahwa adanya masyarakat yang menolak pada perempuan berhijab namun yang berorientasi pada *fashion*. Perilaku para hijabers saat ini sekaligus menunjukkan berbagai macam persepsi tentang hijab yang ada saat ini, yaitu salah satunya adalah beralihnya orientasi dari syar'i menjadi *fashionable*.

II. RUMUSAN MASALAH

Tren berhijab yang ditampilkan oleh para hijabers ternyata menimbulkan persepsi negatif di kalangan masyarakat. Penampilan *fashionable* (hijab yang semakin variatif) para hijabers saat ini secara perlahan telah mengubah persepsi masyarakat tentang perilaku atau kebiasaan yang dilakukan perempuan berhijab dan membedakan antara penggunaan hijab yang syar'i dengan yang bergaya modis.

Adanya komunitas-komunitas hijab yang seharusnya merupakan suatu wadah bagi para hijabers untuk tetap eksis didalam masyarakat, ternyata tidak semua ditanggapi secara positif. Sehingga persepsi yang terbangun tentang pemaknaan perilaku wanita berhijab di kalangan masyarakat relatif bervariasi. Peneliti tertarik untuk mendeskripsikan bagaimana masyarakat mempersepsi perilaku anggota Komunitas Hijabers dalam kehidupan sehari-hari mereka?

III. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana masyarakat mempersepsi perilaku anggota Komunitas Hijabers dalam kehidupan sehari-hari mereka.

IV. KERANGKA TEORI

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif. Dalam paradigma interpretatif menjelaskan bahwa realitas itu tidak dibentuk secara ilmiah, namun ia dibentuk dan dikonstruksi.

2. Persepsi

Definisi persepsi menurut Joseph Devito dalam bukunya *The Interpersonal Communication* (1989: 93) menyebutkan bahwa persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera (indera penglihatan, bau, rasa, sentuhan, dan pendengaran). Persepsi merupakan hasil dari apa yang ada di dunia luar dan dari pengalaman, keinginan, kebutuhan dan keinginan.

3. Teori interaksi Simbolik

Menurut Ralph Larossa dan Donald C. Reitzes (1993) dalam West dan Turner dalam bukunya *Pengantar Teori Komunikasi*, mengatakan bahwa interaksi simbolik adalah sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama dengan orang lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini sebaliknya membentuk perilaku manusia (2012: 96).

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa persepsi masyarakat kepada Komunitas Hijabers Semarang beragam. Persepsi yang timbul berasal dari berbagai stimulus yang ditangkap. Bentuk stimulus yang diterima oleh informan tergantung pada pemaknaan simbol informan, dimana simbol yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pesan yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa simbol yang paling menonjol pada Komunitas Hijabers yang ditangkap oleh masyarakat adalah pakaian.

Stimulus yang ditangkap kemudian akan menciptakan persepsi dan kemudian akan menciptakan respon terhadap objek yang dipersepsi. Pada informan V yang tidak memiliki ketertarikan atau motif tertentu pada komunitas tersebut menunjukkan bahwa persepsi yang dimiliki adalah positif dikarenakan ia tidak memiliki ketertarikan yang lebih untuk mengamati kegiatan dan juga perilaku para anggota Komunitas Hijabers. Persepsi positif informan V timbul karena ia hanya mengetahui satu kegiatan positif dari komunitas tersebut yang kemudian menciptakan persepsi bahwa kegiatan lain dari komunitas tersebut adalah positif. Sedangkan persepsi positif lainnya ditunjukkan oleh informan II dan III yang menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Hijabers bersifat positif, dan kedua informan tidak mempermasalahkan mengenai perilaku *glamour* dari Komunitas Hijabers yang menurut keduanya dianggap sebagai gaya hidup yang bisa dimiliki oleh siapapun. Mengenai hijab yang tidak memenuhi standar syar'i, justru dinilai positif oleh semua informan karena menurut lima informan hijab merupakan sebuah proses, dari yang syar'i nantinya akan berubah menjadi syar'i sesuai ketentuan agama. Hasil dari persepsi

positif tersebut kemudian menciptakan respon berupa dukungan terhadap Komunitas Hijabers untuk terus meningkatkan kegiatan positif lainnya dari komunitas tersebut. Sedangkan persepsi negatif dimiliki oleh informan yang memiliki pengalaman negatif terhadap komunitas tersebut, karena memiliki pengalaman negatif yang didapat dari stimulus yang diterima oleh informan berupa hal-hal yang membuat informan menginterpretasikan bahwa Komunitas Hijabers adalah komunitas yang mementingkan penampilannya saja ketimbang urusan agama. Persepsi negatif yang terbentuk kemudian akan menimbulkan respon yang kurang menyetujui atau menolak terhadap penampilan dan perilaku Komunitas Hijabers.

VI. IMPLIKASI HASIL STUDI

1. Implikasi Akademis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi antarpribadi dan kajian psikologi umum khususnya dalam bahasan persepsi. Dimana persepsi sangat tergantung kepada motif dari individu tersebut dalam mempersepsi objek penelitian, dimana hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis.

2. Implikasi Praktis

Dalam tataran praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan pada Komunitas Hijabers untuk lebih memperhatikan lagi bahwa apa yang dilakukan komunitas tersebut menimbulkan persepsi tersendiri kepada masyarakat.

3. Implikasi Sosial

Secara sosial, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan kontribusi informasi mengenai masyarakat menilai dan memiliki persepsi terhadap setiap perilaku dari objek-objek yang ada di sekelilingnya.

Daftar Pustaka

Buku

- Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- DeVito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*. Jakarta: Professional Books.
- Wood, T. Julia. 2010. *Interpersonal Communication edition 8*. USA: Cengage Learning.
- Littlejohn, Stephen & Foss, Karen. 2009. *Encyclopedia Of Communication Theory*. United States America: A Sage Reference Publication.
- Littlejohn, Stephen & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, Clark. 1994. *Phenomenological Research Methods*. California: Sage Publications.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. 2010. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- West, Richard & Lynn Turner. 2012. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Internet

<http://mbakyumalang.blogspot.co.id/hjabers-community.html>

diakses pada 14/02/2016

<http://www.kaskus.co.id/thread/hjabers-masa-kini-menurut-agan/17>

diakses pada 14/02/2016

<http://neo.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>

diakses pada 30/01/2016

<http://wolipop.detik.com/read/asyiknya-belajar-mengaji-dan-pakai-hijab-bersama-hjabers-community>

diakses pada 21/01/2016

<http://wolipop.detik.com/read/bukan-sekedar-berkumpul-ini-manfaat-arisan-yang-dirasakan-hijabers>

diakses pada 21/06/2016

<http://www.instagram.com/hijaberssmg>

diakses pada 14/02/2016

<http://www.facebook.com/UstadzFelixSiau>

diakses pada 14/04/2016

<http://slideplayer.info/slide/2457958/>

diakses pada 31/03/2016

Sumber Skripsi / Penelitian

Hidayati, Rima. 2012. Komunitas Hijab Kontemporer Hijabers di Kota Makassar. *Skripsi*.

Riduwan, Faizol. 2013. Makna Hijab Bagi Komunitas Hijabers Surabaya. *Skripsi*. Institut Agama Islam Sunan Ampel Surabaya.

Dewanda, Dimas Swasti Wisnu. 2014. Studi Kualitatif Persepsi Masyarakat Terhadap SPG (*Sales Promotion Girls*) Event Di Surakarta. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.